数字新媒体与纸质媒体融合下的出版探析

摘　要：随着社会的进步和国民经济的发展，数字新媒体在近些年呈现出了高速的发展态势，这也就给传统媒体形成了巨大的冲击。新兴行业在逐步崛起，为了让传统媒体能够走出困局，需要结合数字媒体对资源做出整合，继而更好地对产业结构进行调整，获得跨界整合的效果来谋求共同发展。出版行业也在新的媒体环境当中受到较大的冲击，传统形式的纸质媒体在面对数字媒体的时候，呈现出了更高的不确定性。而正是在这样的媒体市场环境当中，数字新媒体跟纸质媒体之间的关系给行业内部带来了新的思考，怎样才能对二者之间的整合渠道做出更好的构建，成为了每一个媒体人需要积极解决的问题。

关键词：数字新媒体；纸质媒体；融合；出版

中图分类号：G206.2　　文献标识码：A

文章编号：1671–0134（2018）02–034–02　　DOI：10.19483/j.cnki.11–4653/n.2018.02.009

文 / 魏嘉

1. 纸质媒体出版内部格局的转变及融合

数字新媒体的出版形式是随着现代计算机技术以及互联网技术高速发展而逐渐形成的，我国出版行业目前已经逐步承认了数字新媒体的发展给业界形成的影响。内容是传统纸质媒体当中最为重要的因素，其重视对内容的设置，将采编的内容利用计算机设计、激光照排等方式最后出版，继而利用所构建起的市场渠道发行，这种传统形式的封闭经营模式在以往一度呈现出了蓬勃发展的趋势，而且已经形成了十分庞大的经营规模。

在传统出版模式朝着数字出版的模式进行转型的过程当中，应该积极掌握数字技术给纸质出版所形成的更为新颖的思路，数字媒体出版主要强调策划以及创意，对用户界面的设计，需要将动画、视频、游戏以及编程等各种形式融合起来。在传统观念当中，出版行业更加强调出版内容跟市场之间的关系，而数字媒体形式的出版在对这两点加以强调的同时，更为注重用户体验以及互动，给用户供给出不同形式的服务，让媒体出版物跟用户之间形成一种互动。而在这样的条件之下，出版业逐渐将重点从内容转化为渠道，这也是出版行业未来最为重要的一个发展方向，这种观念的转变也必然会导致出版行业在体制结构方面出现改变。

而内部格局方面的变换还体现于数字新媒体在进行出版以及制作的过程当中工作人员的变化。在进行纸质媒体制作的时候，需要美术编辑、文字编辑以及排版师等对其进行制作，而数字媒体的制作团队是由交互设计师、图形设计师以及用户测试工程师等构成。所谓图形设计师，所充当的身份其实就是传统出版行业当中的美工，不过相对来说更加注重对数字出版物内外形象的设计。而交互设计师一般是软件工程师，主要负责在数字媒体当中对那些数字编码编程等进行设计。数字媒体出版的形式在交互体验方面不断地发展，让交互设计师在媒体出版当中的地位不断上升。而用户测试工程师主要是处在用户角度对所出版产品呈现的实际效果加以测试，继而对产品的合理性做出衡量。目前，就我国出版行业的实际情况来说，大多数出版社通常只构建了数字出版的相关部门，继而跟动漫公司以及设计工作室之间进行合作，从技术手段的层面对一些出版问题进行解决。不过在出版方面具有较多经验的设计公司以及工作室是非常稀少的，这也就致使数字出版中有非常多的问题出现，对其出版的质量以及成本投入造成直接的影响。

2. 外部对产业格局细分

数字新媒体在对人们的阅读习惯形成改变的同时，也让纸质媒体在今后发展的方向形成了改变，纸质媒体所占据的市场空间受到了严重的挤压。出版行业所处的环境已然出现了较大的转变，数字新媒体给各个行业供给出了更好的媒体平台，互联网行业、制造业以及数码行业等都有逐渐向媒体出版行业融入的趋势，这也让数字新媒体的产业链显得更加复杂，而线上以及线下各种交易模式的出现，促进了数字新媒体跟纸质媒体之间相互的融合，继而形成了一种新的产业模式。

数字新媒体所产出的产品跟互联网及其对应的平台之间形成了联系，特别是在移动互联出现之后，网站搭建显得更加活跃，消费群体所呈现的媒体选择方向出现了较大的改变，导致媒体出版的形式无法继续维持以往的优势，媒体行业呈现出了更加多元化的一种发展方向。数字新媒体所对应的产业链形成主要应该分成七个方面：

①数字新媒体策划以产品营销供给的提供商；②产品制作内容的供应商；③网络设备以及媒体产品制作设备的供应商；④服务、管理以及资费等方面的系统运营技术以及软件集成商；⑤媒体产品传播运营商；⑥供给媒体产品的消费载体终端厂商；⑦消费者。

数字新媒体形式的出版所形成新的变化让出版方式显得更加的多样化，消费环境以及外部市场环境所呈现出的改变，给出版行业提出了更高的要求，需要对产业格局做出进一步的细化。那些已经被市场认可的纸质出版相关内容，逐渐被转化成为了数字新媒体的形式最终实现发行，同时有一部分数字媒体的出版产品也成为了纸质媒体出版的对象，所呈现出的这些转变其实都是为了更好地适应于目前的市场环境以及消费习惯。数字新媒体呈现出的出版内容以及形式在不断的拓展之中，游戏、动漫以及视频等形式的出版内容会更受到年轻消费群体的欢迎，这种消费需求也将会对出版行业的发展方向形成至关重要的影响。不可置疑的是，目前数字新媒体的逐步发展已然影响到了媒体出版行业整体的市场格局，对其进行重新的划分以及界定。

3. 盈利模式

传统纸质媒体所呈现的盈利模式是一次售卖以及二次售卖，前者指的是媒体依据产品内容获取市场发行而实现盈利，这也就是前文所说纸质媒体对于内容的关注；而后者指的是媒体利用发行量，获得广告在媒体当中的投放，继而获得利润。我国媒体大多数都是以二次售卖的方式获得盈利，有超过一半的媒体公司是由广告收入维持经营活动的。近些年，随着互联网技术的不断发展，广告发布的主体对互联网广告会更加青睐，而由于互联网广告不断的发展，导致纸质媒体广告的市场占有量逐渐下降。目前我国的数字新媒体在盈利模式方面还显得不够成熟，而传统纸质媒体跟数字新媒体之间良好的资源整合将会有效推动出版行业的盈利，具体原因如下：

第一，数字新媒体跟纸质媒体之间的配合可以形成跨媒体传播的形式，继而更好地对品牌盈利模式进行打造。数字新媒体跟纸质媒体之间在出版方式以及内涵等方面都存在着较大的差距，纸质媒体的出版形式主要是针对受众群体实施点对面的传播，而数字新媒体能够在这样的基础之上实现点对点的传播。单调的传播方式在激烈的市场竞争当中所呈现的影响力必将会逐渐遭到弱化。让纸质媒体跟数字新媒体之间形成跨界融合能够有效对品牌形象的推广形成强化，继而对我国媒体更为长远的发展极为有利。

第二，两种媒体出版形式的相互融合，能够实现针对各种媒体特质对具体的内容进行开发以及选择，达到取长补短的作用，结合各自的优势实现更好的盈利。纸质媒体所形成的产品有着单项阅读的功能，而数字新媒体在进行出版的时候所呈现的形式是多种多样的，能够形成一种互动体验，而针对不同消费者所呈现的感官需求，可以提供出不同的阅读方式。

第三，两种媒体出版方式的相互融合能够让广告投放得到强化，继而获得更好的盈利。二者都是广告投放者一直比较关注的媒体平台，将它们之间相互融合之后，会让媒体平台显得更加的多元化，构成一种线上线下相互整合的传播形式，也就是人们经常说的O2O营销模式。利用这样的方式，广告投放者会产生更大的兴趣，投放方式更为灵活，从而让广告出版行业最为主要的盈利方式得到更为宽广的发展空间，这对于出版行业以及广告行业来说将会呈现出一种双赢的局面。

结语

总而言之，随着现代计算机技术、通信技术以及互联网技术的发展，数字新媒体对传统纸质媒体形成了巨大的冲击。不过，就我国数字新媒体的发展情况来说，只有切实将纸质媒体跟数字新媒体形成良好的融合，才能够获得更好的发展效果。相关从业人员应该积极探索，对国外的一些先进发展理念加以借鉴，继而与我国出版行业发展的实际情况相结合，创建出一套符合我国国情的媒体出版发展体系，为我国国民经济长期保持健康发展注入源源不断的活力。媒

参考文献

[1] 夏春木 . 新媒体环境下纸质媒体的价值思考 [J]. 科协论坛（下半月），2013，（04）：147-148.
[2] 阎欣 . 纸质媒介在信息时代的生存状况探讨 [J]. 中国报业，2013，（08）：133-135.
[3] 孟德宇 . 数字新媒体环境下的纸质媒体发展举措探索 [J]. 中国传媒科技，2017，（01）：83-84.
[4] 母晓文 . 数字新媒体与纸质媒体融合下的出版探析 [J]. 科技视界，2015，（13）：55，57.

（作者单位：浙江电子音像出版社）